

УДК 338.439.5:637.54

СУЩНОСТЬ И УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА МЯСА ПТИЦЫ

Д. И. Иляшевич, аспирант
Иркутский государственный аграрный университет
им. А. А. Ежевского
E-mail: igsha@mail.ru

Ключевые слова: рынок мяса птицы, функции рынка, особенности рынка мяса птицы, субъекты рынка мяса птицы, факторы, влияющие на развитие рынка мяса птицы, меры государственного воздействия на развитие рынка мяса птицы

Реферат. Рассмотрены сущность и условия формирования рынка мяса птицы на потребительском рынке. Определены основные функции и виды рынков. Сформулирована типология, определена роль рынка потребительских товаров. Выявлены особенности рынка мяса и мяса птицы, состоящие в доступности мяса птицы по сравнению с другими видами мяса и в том, что мясо птицы является диетическим. Определено, что проблема развития рынка мяса птицы многоаспектная и зависит от демографической, экологической, экономической ситуации, положения государства на мировом рынке. Выявлено, что субъектами рынка мяса птицы являются основные участники продовольственной цепочки: производители мяса птицы, перерабатывающие предприятия, предприятия торговли и общественного питания. Исследования позволили выявить факторы, влияющие на развитие рынка мяса птицы: экономические; институциональные; организационные; природные, возникающие из-за ограниченности природно-климатических ресурсов; противоположного характера, в том числе недобросовестная конкуренция на рынке. Определено, что непосредственное государственное воздействие на рынок мяса птицы должно осуществляться путем обеспечения паритетных отношений обмена между всеми сферами рынка продукции птицеводства; принятия целевых государственных программ по развитию птицеводства; управления качеством продукции через развитие системы стандартов, условий и качественных характеристик; кредитования и налогообложения; правового и методического обеспечения государственного регулирования рынка продукции птицеводства; установления соответствующих государственных пошлин на ввозимую в страну продукцию птицеводства и субсидий на экспорт. Отмечено, что для достижения положительных сдвигов в птицеводстве требуется значительное время, немалые инвестиции и активное содействие со стороны государства.

Рынок имеет сложную структуру, все звенья которой взаимосвязаны и взаимодействуют. Научное понятие категории «рынок» часто подразумевает совокупность многих рынков, отличающихся друг от друга различными признаками. Эта совокупность всех рынков, расчлененных на отдельные элементы на основе разных критериев, образует систему рынков. Общепринятой классификации системы рынков нет. Однако наиболее значимым критерием разделения рынков на современном этапе развития экономической науки является экономическое назначение субъектов рыночных отношений [1].

Сущность рынка наиболее полно проявляется в его функциях. К важнейшим функциям относятся: регулирующая, стимулирующая, ценообра-

зующая, контролирующая, посредническая, информационная, санирующая, функция экономичности, функция реализации интересов рыночных субъектов.

В соответствии с данными функциями выделяются основные виды рынков: рынок потребительских товаров и услуг, рынок средств производства, научный рынок, рынок интеллектуальной собственности, рынок рабочей силы, финансовый рынок, рынок недвижимости [2].

Рынок потребительских товаров и услуг представляет собой сферу обращения, посредством которой реализуются товары широкого потребления и услуги. Эта сфера должна обеспечивать удовлетворение потребностей различных слоев населения и социальных групп в соответствии с их

уровнем дохода, образом жизни, национальными и религиозными традициями и т.д. Для функционирования рынка товаров и услуг требуется развитие широкой сети оптовой и розничной торговли, маркетинговых, информационных служб. Рынок потребительских товаров и услуг делится на рынок продовольственных товаров (продовольственный рынок) и рынок промышленных товаров (непродовольственный рынок). Каждый из них имеет свои особенности, связанные с их производством и организацией системы товародвижения и сбыта [3, 1].

Рынок продовольственных товаров способствует удовлетворению насущных потребностей людей в питании. Это и готовые продукты питания, и товары, необходимые для приготовления пищи. Он делится на более мелкие рынки конкретных товаров. Например, мясной, молочный, хлебный, рыбный, овощной, табачный, рынок безалкогольных напитков.

Рынок мяса является составной частью продовольственного рынка и представляет собой механизм взаимоотношений хозяйствующих субъектов, участвующих в продвижении мясной продукции от процесса производства до распределения продукции [4].

Рынки товаров и услуг имеют свои особенности, обусловленные различными факторами.

Целью исследования является изучение сущности и условий формирования рынка мяса птицы.

ОБЪЕКТЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектами исследования являются рынок мяса птицы и основные его элементы: спрос, предложение, цена и государственное регулирование; методами исследования – аналитический, монографический, логистический, изучение научной литературы и нормативно-правовой базы по теме исследования.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В отечественной экономической литературе нашли отражение следующие особенности рынка мяса:

- постоянство функционирования во времени и пространстве;
- взаимозаменяемость продуктов как в рамках данной группы, так и видов продовольствия;

- различие мест производства и потребления продукции;

- специфика инфраструктуры производства и сбыта.

Рынок мяса птицы является одним из крупнейших на рынке мяса в России. Он имеет свои особенности, так как на его состояние и развитие существенное влияние оказывают как импорт, так и экспорт мяса птицы [5–9].

Нами выделены специфические особенности рынка мяса птицы, отличающие его от других сегментов рынка мяса:

- доступность мяса птицы по сравнению с другими видами мяса, обусловленная сравнительно низкими ценами и востребованностью у потребителей, что связано с его высоким качеством и полезными свойствами;

- мясо птицы является диетическим, так как по химическому составу и качественным свойствам соответствует требованиям, предъявляемым к диетическим продуктам; мясо бройлеров является постным и низкокалорийным диетическим продуктом, а кроме того, диетическая ценность мяса птицы обусловлена хорошей перевариваемостью.

Таким образом, рынок мяса птицы представляет собой целостную, открытую организационно-экономическую систему, развивающуюся под воздействием факторов внешней и внутренней среды, опосредованных условиями развития производства, включающую совокупность предприятий и организаций, целенаправленно участвующих в производстве, заготовке, транспортировке, переработке, хранении и реализации мяса птицы.

Проблема развития рынка мяса птицы многоаспектная и зависит от демографической, экологической, экономической ситуации, положения государства на мировом рынке.

Прогнозируется, что к 2030 г. минимальные потребности населения планеты в мясе всех видов будут достигать 300 млн т, а ожидаемое его производство – 260 млн т, т.е. мировой дефицит составит 40 млн т при условии сохранения сравнительно невысокого уровня потребления – около 35 кг на человека в год [10].

Рынок мяса птицы является сложной системой, состоящей из разнородных элементов, которые могут быть классифицированы по различным признакам: товарным группам, субъектам рыночных отношений (продавцы и покупатели), циклу продвижения товара от начальной стадии производства до конечного потребителя (продол-

вольственная цепочка), географическому положению и др.

Субъектами рыночных отношений являются основные участники продовольственной цепочки: производители мяса птицы, перерабатывающие предприятия, предприятия торговли и общественного питания.

Первое звено продовольственной цепочки включает производителей продукции птицеводства – птицефабрики, сельскохозяйственные организации, крестьянские (фермерские) хозяйства и личные подсобные хозяйства.

Второе звено продовольственной цепочки – предприятия по переработке мяса птицы: крупные птицекомбинаты и птицефабрики с замкнутым циклом производства и переработки.

Третье звено – предприятия торговли, включая фирменную торговую сеть птицеводческих предприятий. В последние годы все птицеперерабатывающие предприятия и крупные птицефабрики развивают собственную фирменную торговую сеть, при этом наметилась тенденция к росту объемов реализации продукции через собственные магазины при одновременном сокращении поставок в розничную сеть. Другие формы организованной оптовой торговли пока не получили достаточного развития.

Наши исследования современного состояния рынка мяса птицы позволили выявить факторы, влияющие на развитие рынка мяса птицы:

– экономические, являющиеся результатом реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;

– институциональные, создание условий для позитивного развития;

– организационные, обусловленные созданием вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем между существующими на рынке предприятиями;

– природные, возникающие из-за ограниченности природно-климатических ресурсов;

– противоправного характера, в том числе недобросовестная конкуренция на рынке.

Перечисленные факторы, действуя совместно, определяют динамику и формы конкуренции между предприятиями и регионами в целом. Формирование конкурентной рыночной среды в достаточно сильной степени зависит от региональных условий, которые определяются, в част-

ности, уровнем доходов населения в регионе, степенью специализации экономики региона и т. д.

Основными целями воздействия государства на рынок мяса птицы должны быть:

– обеспечение своим гражданам возможности устойчиво потреблять качественную мясную продукцию на уровне медицинских норм питания;

– стимулирование производства мяса птицы, т. е. роста предложения;

– стимулирование роста эффективности производства предприятий, занятых производством продукции птицеводства и ее переработкой;

– гарантии определённого уровня доходов, обеспечивающего сельскохозяйственным товаропроизводителям возможность накопления средств для расширенного воспроизводства; защита внутреннего (регионального и федерального) рынка;

– развитие инфраструктуры рынка; регулирование потребления отдельных видов продукции птицеводства; защита экономических интересов потребителей, особенно социально незащищённой и наименее обеспеченной их части.

Непосредственное государственное воздействие на рынок мяса птицы должно осуществляться путем:

– обеспечения паритетных отношений обмена между всеми сферами рынка продукции птицеводства;

– принятия целевых государственных программ по развитию птицеводства;

– управления качеством продукции через развитие системы стандартов, условий и качественных характеристик;

– кредитования и налогообложения; правового и методического обеспечения государственного регулирования рынка продукции птицеводства;

– установления соответствующих государственных пошлин на ввозимую в страну продукцию птицеводства и субсидий на экспорт.

Следует отметить, что пока российское государство не оказывает производителям продукции птицеводства достаточную финансовую и законодательную поддержку, позволяющую обеспечить хотя бы процесс стабильного производства.

Ситуация на рынке мяса птицы остаётся сложной и неоднозначной. Деятельность на рынке сопряжена со значительными рисками для его участников и до 2016 г. не ожидается кардинального улучшения ситуации, поскольку помимо введения импортных квот необходимо прилагать большие усилия в области самого сельскохозяйственного производства. Следует принимать во

внимание, что для достижения положительных сдвигов в птицеводстве требуется значительное время, немалые инвестиции и активное содействие со стороны государства.

ВЫВОДЫ

1. Рынок мяса птицы является составной частью продовольственного рынка страны. Он функционирует по тем же рыночным законам спроса, предложения, конкуренции, что

и другие продуктовые рынки, имеет похожую с ними инфраструктуру и использует примерно такие же маркетинговые технологии и методы работы.

2. Рынку продукции мяса птицы присущ ряд существенных специфических особенностей, отличающих его от других продуктовых рынков, таких как быстрая окупаемость затрат по сравнению с другими видами мяса и наиболее высокая доступность для населения, обусловленная сравнительно низкими ценами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Добрынин А. И., Тарасевич Л. С. Экономическая теория: учеб. для вузов. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 544 с.
2. Экономическая теория: учеб. / под ред. Е. Ф. Борисова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2005. – 399 с.
3. Абалкин Л. И. Общеэкономические основы рыночного хозяйствования. – М.: Путь России, 2002. – 428 с.
4. Барчо М. Х., Арутюнян А. Г. Развитие российского рынка птицы // Человеческое измерение кризисного проявления глобализации в полиэтническом регионе: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / Ин-т Дружбы народов Кавказа. – Ставрополь: РИО ИДНК, 2009. – С. 195–198.
5. Белая В., Михайленко М. Рынок мяса и мясных продуктов в России: состояние и тенденции развития // Мясная сфера. – 2010. – Спец. вып. – С. 32–37.
6. Митрофанов Н. С., Маковеев И. И. Мясо птицы – основа для расширения ассортимента продуктов // Мясная индустрия. – 2006. – № 4. – С. 26–29.
7. Смольникова Е. В. Обзор современного состояния мирового рынка мяса птицы // Науч. электрон. журн. КубГАУ. – 2004. – № 6 (8). [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2004/06/09/>.
8. Труба А. С. Оценка устойчивости развития мясного животноводства и птицеводства в регионах РФ // Экономика с.-х. и перераб. предпр. – 2012. – № 9. – С. 30–33.
9. Фисинин В. И., Гуцин В. В. Производство мяса птицы в конце XX века: виды, структура, региональные особенности // Птицефабрика. – 2006. – № 2. – С. 4–7.
10. Hunter R. Free the Farmers. // The Wall Street Journal. – 2011. – June 5. – URL: <http://online.wsj.com/article/SB121261588706Q46425.html>.

1. Dobrynin A. I., Tarasevich L. S. *Ekonomicheskaya teoriya* [uchebnik 3-e izd.]. Sankt-Peterburg: Piter, 2004. 544 p.
2. *Ekonomicheskaya teoriya*, pod red. E. F. Borisova. [uchebnik 3-e izd., pererab. i dop.]. Moscow: Yurayt-Izdat, 2005. 399 p.
3. Abalkin L. I. *Obshcheekonomicheskie osnovy rynochnogo khozyaystvovaniya*. Moscow: Put' Rossii, 2002. 428 p.
4. Barcho M. Kh., Arutyunyan A. G. *Razvitie rossiyskogo rynka ptitsy* [Chelovecheskoe izmerenie krizisnogo proyavleniya globalizatsii v polietnicheskom regione]. In-t Druzhby narodov Kavkaza. Stavropol': RIO IDNK, 2009. pp. 195–198.
5. Belaya V., Mikhaylenko M. *Rynok myasa i myasnykh produktov v Rossii: sostoyanie i tendentsii razvitiya* [Myasnaya sfera], Spets. vypusk (2010): 32–37.
6. Mitrofanov N. S., Makoveev I. I. *Myaso ptitsy – osnova dlya rasshireniya assortimenta produktov* [Myasnaya industriya], no. 4 (2006): 26–29.
7. Smol'nikova E. V. *Obzor sovremennogo sostoyaniya mirovogo rynka myasa ptitsy* [Nauch. elektron. zhurn. KubGAU], no. 6 (8) (2004): <http://ej.kubagro.ru/2004/06/09/>.
8. Truba A. S. *Otsenka ustoychivosti razvitiya myasnogo zhivotnovodstva i ptitsevodstva v regionakh RF* [Ekonomika s.-kh. i pererab. predpr.], no. 9 (2012): 30–33.

9. Fisinin V.I., Gushchin V.V. *Proizvodstvo myasa ptitsy v kontse XX veka: vidy, struktura, regional'nye osobennosti* [Ptitsefabrika], no. 2 (2006): 4–7.
10. Hunter R. *Free the Farmers*. [The Wall Street Journal]. 2011. June 5: <http://online.wsj.com/article/SB121261588706Q46425.html>.

NATURE AND CONDITIONS OF POULTRY MARKET

Ilyashevitch D.I.

Key words: poultry market, market functions, peculiarities of the poultry market, subjects of the poultry market, factors influencing the poultry market development, state regulation of the poultry market development

Abstract. The article considers the nature and conditions of building and development of poultry market at the consumer market. The author formulates the main functions and kinds of markets, types of markets and role of the consumer goods market. The publication reveals peculiarities of meat market and poultry market in respect to the other kinds of meat and dietary property of poultry meat. The author outlines that problem of poultry market development depends on demographic, environmental and economic situation of the country at the world market. The paper reveals that the main participants of the food chain are the subjects of the poultry market. They are poultry producers, processing enterprises, food enterprises and catering industry. The research has demonstrated the factors influencing the poultry market development; they are economic factors, institutional, organizational, natural, which occur due to limited natural resources, illegal activities and unfair competition at the market. The author defines that state regulation of the poultry market should be carried out by means of parity indexes among all the spheres of poultry production market; target state programmes on poultry development; production quality management through the standards development and qualitative characteristics; lending and taxation; regulations and methodical support of state regulation of poultry production market; state customs duties on imported poultry production and subsidies for exported poultry production. The publication pays attention to the fact that it takes much time to get results in poultry farming industry; this industry needs investing and cooperating with the government.